

007. Cele użytkownika i cele biznesowe

Kiedy zaczynasz nowy projekt UX - zanim cokolwiek zaprojektujesz - musisz zrozumieć swoje cele. Dwa z nich. I nic nie jest ważniejsze dla Twojego sukcesu jako projektanta UX.

Cele użytkownika

Użytkownicy zawsze czegoś chcą, ponieważ są ludźmi, a ludzie zawsze czegoś chcą. Niezależnie od tego, czy zerkają na byłego na Facebooku, próbują znaleźć następnego byłego na portalu randkowym, czy szukają kichających pand na YouTube, czegoś chcą. Mogą też chcieć zrobić coś produktywnego (a przynajmniej tak mi powiedziano). Na razie załóżmy, że wiesz różne rzeczy.

Cele biznesowe

Każda organizacja ma przede wszystkim powód, aby stworzyć witrynę lub aplikację. Zazwyczaj są to pieniądze, ale może to być świadomość marki, zdobywanie nowych członków społeczności itp. Ważny jest konkretny rodzaj celu biznesowego. Jeśli chcesz wyświetlać więcej reklam, Twoja strategia UX będzie zupełnie inna niż w przypadku, gdy chcesz sprzedawać produkty lub promować za pośrednictwem mediów społecznościowych. Te rzeczy są często nazywane „metrykami” lub „kluczowymi wskaźnikami wydajności” (KPI) przez ludzi biznesu.

Wyrównaj cele

Prawdziwym testem projektanta UX jest to, jak dobrze możesz dopasować te cele, aby firma odniosła korzyści, gdy użytkownik osiągnie swój cel. (Nie na odwrót!). YouTube zarabia na reklamach, a użytkownicy chcą znaleźć dobre filmy. Dlatego umieszczanie reklam w filmach lub na tej samej stronie ma sens. Co więcej, ułatwienie wyszukiwania filmów i znajdowania podobnych filmów sprawi, że użytkownicy będą oglądać więcej, co daje YouTube więcej pieniędzy. Jeśli cele nie są zgodne, będziesz mieć jeden z dwóch problemów: albo użytkownicy mogą uzyskać to, czego chcą, nie pomagając firmie (wielu użytkowników, brak sukces) lub użytkownicy nie dostają tego, czego chcą (brak użytkowników, brak sukcesu). Gdyby YouTube zmusił Cię do oglądania 20 minut reklam na każde 30 sekund filmów, umarłbyś szybko, bolesną śmiercią. Nikt nie ma czasu na randki. Ale kilka sekund reklam to niewielka cena za te słodkie, słodkie kichanie pandy.

008. UX to proces

Każda firma jest inna. Każdy zespół jest inny. A każdy projektant jest inny. Warto więc zadać kilka pytań o to, jak pracujesz. Często słyszysz słowo „proces”, gdy ludzie mówią o projektowaniu. Pojawia się nawet kilka razy w tekście. Często mówię takie rzeczy jak: „UX musi zacząć się na wczesnym etapie procesu” lub „Proces naukowy nie pozwala na przetrwanie złych pomysłów” lub „Jestem w trakcie fotografowania głowy mojego szefa na ciele Arnolda Schwarzeneggera. teraz.” Musisz więc rozumieć UX jako proces.

UX nie jest wydarzeniem ani zadaniem

Jeśli kiedykolwiek usłyszysz, że ktoś mówi o UX, jakby to była jednorazowa sprawa, chwila w czasie lub zadanie, które ktoś musi wykonać, możesz przerwać. To jest źle. Projektant UX nie jest „osobą, która zajmuje się UX”. To tak, jakby powiedzieć, że woda jest tylko mokrą częścią twojego napoju. Bez procesu robienia UX domyślnie będziesz miał zły UX. Nie ma czegoś takiego jak „brak UX”. Nawet główniane produkty dają użytkownikowi wrażenia. Doświadczenie morderczej wściekłości. Musisz zaangażować się w kilku miejscach, wiele razy, aby zaprojektować i chronić dobre wrażenia użytkownika.

Firma też ma proces

Twój proces jako projektanta UX ma na celu zebranie potrzebnych informacji, zbadanie użytkowników, zaprojektowanie rozwiązania, upewnienie się, że jest ono prawidłowo zaimplementowane i pomiar wyników. Ale firma, z którą współpracujesz, ma również proces realizacji całego projektu. Projektanci UX są włączeni w ten proces, wraz z koderami, kierownikami projektów, innymi projektantami, strategami, ludźmi biznesu, asystentami menedżerów, menedżerami średniego szczebla, menedżerami wykonawczymi, menedżerami menedżera i tak dalej. Na początku nowego projektu lub po otrzymaniu nowej pracy zawsze dowiedz się, jak firma oczekuje, że wpasujesz się w „maszynę” produkcji i staraj się szanować ten ogólny sposób pracy.

Zawsze kwestionuj proces

Twój proces i proces Twojej firmy mają coś wspólnego: zawsze mogą się poprawić. Niektóre ulepszenia są łatwiejsze do powiedzenia niż do zrobienia, ale UX jest ogólnie nową częścią biznesu, więc istnieje duża szansa, że będziesz musiał dowiedzieć się, gdzie powinien pasować UX, a nie tylko tam, gdzie oczekuje go Twoja firma. Jeśli jesteś pierwszą osobą zajmującą się UX, która kiedykolwiek pracuje w firmie, musisz przeprowadzić tę dyskusję z kolegami i menedżerami. Im wcześniej UX może być częścią procesu produktu, tym lepiej. Jeśli jesteś tylko jednym z wielu znakomitych projektantów UX, porozmawiaj z nimi i dowiedz się, jak ich zdaniem można ulepszyć proces i gdzie będziesz najbardziej wartościowy. A jeśli ten proces po prostu zamienia twoje życie w piekło – jak jeśli chcą, abyś pracował z czymś złym, zwanym „sprintami” – to powiedz komuś, że masz trudności! Może być lepszy sposób. Jeśli proces firmy zmusza Cię do złej pracy, proces ten może być niewłaściwy dla UX. Więc mów do góry! (Pamiętaj: jeśli naprawisz proces i nadal wykonujesz złą pracę, problem nie leży w samym procesie.)

009. Zbieranie wymagań

W UX im więcej rozumiesz, czego nie możesz i co musisz zrobić, tym lepsze będą Twoje ostateczne projekty. W wielu typach projektów częścią procesu jest znajdowanie inspiracji i generowanie wielu pomysłów. Tablice nastroju. Fotografia. Halucynogeny. Częścią artystycznej kreatywności jest karmienie umysłu wolnością i możliwościami. Ale nie tak działa rozwiązywanie problemów. Jako projektant UX, Twoje najbardziej pomysłowe kreatywne pomysły będą wynikać z ograniczeń i ograniczeń, które definiujesz, badając problem. Kiedy te ograniczenia wynikają z własnych współpracowników i wcześniejszej pracy, nazywamy je „wymaganiami”.

Wymagania chronią Cię przed błędami

W prawdziwej pracy UX Twój projekt będzie miał wpływ na inne części firmy: zespół sprzedaży, programistów, kadrę kierowniczą. Zawsze prowadź dyskusję z każdym z „interesariuszy” (ważnych osób) z każdego działu, na który projekt ma wpływ. Zbieraj problemy, które można rozwiązać, rzeczy, których nie można zmienić lub rzeczy techniczne, które należy uwzględnić. Zespół sprzedaży ma produkty, które musi sprzedać. Programiści mogą mieć kod, który trudno zmienić. Kierownicy mają długoterminowe cele, które muszą być przestrzegane. Woźni… cóż, prawdopodobnie nie będą miały na nich wpływu twoje projekty, ale możesz im pomóc, nie zostawiając wszystkich puszek Red Bulla nad miejscem. Jezus. Rozmawiając z interesariuszami, unikniesz błędów, które mogą kosztować czas i pieniądze. Co więcej, latem Twoje biurko nie przyciągnie tak wielu much. Jesteś teraz projektantem UX; potrzeby innych ludzi są twoimi potrzebami.

Nie pytaj interesariuszy o rozwiązania lub życzenia

Uważaj, aby nie pomylić „wymagań” i „oczekiwań”. Kiedy ktoś mówi, że czegoś potrzebuje, zapytaj dlaczego. Jeśli odpowiedź dotyczy opinii lub oczekiwań innych osób, zadaj więcej pytań. Czasami firmy wciąż pracują nad złymi pomysłami, ponieważ wszyscy zakładają, że nie może być lepiej, a to może nie być prawdą. Czasami dodają wiele niepotrzebnych funkcji, ponieważ nikt nie odmówił.

010. Budowanie konsensusu

Projektanci UX często znajdują się w centrum wszystkiego i wszystkich. Dlatego warto przygotować się na przekonanie pokoju pełnego ludzi, że Twój projekt jest słuszny. I mieć powody, by to zrobić. W poprzedniej lekcji dowiedzieliśmy się o zbieraniu wymagań od ważnych osób w Twojej firmie. Ale musisz także wnieść do dyskusji własne informacje. Inni ludzie mogą nie zgodzić się z twoim projektem, a jeśli nie możesz go poprzeć, dlaczego mieliby ci wierzyć? Jako projektant UX musisz mieć powody, aby wspierać swój projekt, zanim go zaprojektujesz, i musisz umieć bronić swoich wyborów. Być może będziesz musiał udowodnić, że masz rację!

Poznaj swoje rzemiosło

Dobre badania, dobra teoria i dobre dane są przekonujące. Buduj porozumienie między interesariuszami, przeprowadzając dobre badania, dobrze rozumiejąc użytkowników, ich problemy i cele, a także poświęcając czas na wyjaśnianie ważnych pomysłów interesariuszom, gdy ich nie rozumieją. I zawsze jako pierwszy zasugeruj eksperyment, gdy coś jest naprawdę subiektywne. Więcej na ten temat dowiesz się w następnej lekcji Psychologia kontra kultura. Jeśli nie wiesz, nie wiesz.

NIE KŁAMA O UX...NIGDY

Jeśli nie znasz odpowiedzi na pytanie, przyznaj się i powiedz, że się dowiesz. W UX nie ma miejsca na bzdury. UX jest powszechnie źle rozumiany, a jeśli twoje bzdury okażą się fałszywe, reszta z nas będzie chciała zostawić łeb konia w twoim łóżku. (Niedobrze.) Kłamanie w UX sprawia, że wszyscy wyglądamy źle. Twoja opinia nie jest lepsza niż ktokolwiek kłamstwo w UX sprawia, że wszyscy wyglądamy źle. Twoja opinia nie jest lepsza niż kogokolwiek innego. Upewnij się, że Twoje informacje są.